
Fiches sectorielles

Services marchands



Avertissement

Les résultats et analyses présentés dans la vue d'ensemble, les fiches sectorielles et la plupart des fiches thématiques sont, sauf mention contraire, définis sur la base d'**unités légales** et d'**entreprises profilées**.

Comme les autres instituts statistiques européens, dans une optique de meilleure analyse du système productif, l'Insee met en place la définition économique de l'**entreprise**. Les unités légales faisant partie d'un groupe sont rassemblées, puis le « profilage » consiste à identifier, au sein des groupes, la (les) entreprise(s) pertinente(s) pour l'analyse économique au sens du décret de 2008 et à reconstituer leurs comptes consolidés. Ces entreprises sont conformes à la définition donnée par la loi de modernisation de l'économie (LME) : « la plus petite combinaison d'unités légales constituant une unité organisationnelle de production de biens et services jouissant d'une certaine autonomie de décision, notamment pour l'affectation des ressources courantes » et à la définition européenne de l'entreprise précisée dans le règlement 696/93.

Une unité légale est une entité juridique de droit public ou privé. Cette entité juridique peut être :

- une personne morale, type société, dont l'existence est reconnue par la loi indépendamment des personnes ou des institutions qui la possèdent ou qui en sont membres ;
- une personne physique, qui, en tant qu'indépendant, peut exercer une activité économique.

Elle est obligatoirement déclarée aux administrations compétentes (greffes des tribunaux, sécurité sociale, DGFIP, etc.) pour exister. La catégorie juridique d'une telle unité dépend du choix des propriétaires ou de ses créateurs pour des raisons organisationnelles, juridiques ou fiscales. L'unité légale est l'unité principale enregistrée dans Sirene.

Le champ de référence le plus large pour ces statistiques d'entreprises est celui des **secteurs marchands non agricoles**. Dans les analyses de cet ouvrage, il est généralement restreint à celui des **secteurs principalement marchands non agricoles et non financiers** (voir annexe *Le champ des statistiques d'entreprises de cet ouvrage*).

Les données chiffrées sont parfois arrondies, en général au plus près de leurs valeurs réelles. Le résultat arrondi d'une combinaison de chiffres (qui fait intervenir leurs valeurs réelles) peut être légèrement différent de celui que donnerait la combinaison de leurs valeurs arrondies.

Signes conventionnels utilisés

...	Résultat non disponible
///	Absence de résultat due à la nature des choses
e	Estimation
p	Résultat provisoire
sd	Résultat semi-définitif
r	Résultat révisé par rapport à l'édition précédente
n.s.	Résultat non significatif
€	Euro
K	Millier
M	Million
Md	Milliard
Réf.	Référence

10.1 Chiffres clés des services marchands

En 2015, le secteur des **services principalement marchands** (hors services financiers) comprend 1,7 million d'entreprises et réalise un cinquième du chiffre d'affaires (CA) de l'ensemble des activités marchandes (762 milliards d'euros).

Les **services aux entreprises** concentrent un peu moins de la moitié de la valeur ajoutée (VA) du secteur (46 %). Ils se subdivisent en deux grands groupes de métiers : les activités spécialisées, scientifiques et techniques, apparentées au conseil et à l'assistance (58 % du CA, 55 % de la VA et 51 % des effectifs des services aux entreprises) et les activités administratives et de soutien, plus opérationnelles. L'**information et la communication** (24 % du CA et 23 % de la VA des services marchands) sont portées, pour les deux tiers et à parts égales, par les télécommunications et les activités informatiques ; l'audiovisuel et l'édition se partagent le dernier tiers. L'**hébergement-restauration et l'immobilier** réalisent des chiffres d'affaires et valeurs ajoutées de même niveau (respectivement 12 % et 10 % du CA et 11 % et 12 % de la VA), mais le premier emploie quatre fois plus de salariés que le second (790 000 contre un peu moins de 200 000). Enfin, les **services aux particuliers** génèrent une valeur ajoutée de 21 milliards d'euros (soit 6 % de la VA du secteur).

Les petites structures sont au cœur des activités de services. Les unités de moins de 10 salariés génèrent une part des ventes nettement supérieure à la moyenne observée dans l'ensemble de l'économie marchande (32 % du CA contre 21 %). Le poids des non-salariés dans l'emploi y est élevé (18,5 % au lieu de 13,5 % en moyenne), du fait d'un nombre important d'entrepreneurs individuels et de gérants. Les résultats des unités non employeuses (qui n'emploient aucun salarié) sont contrastés : en 2015, la valeur ajoutée baisse pour la moitié d'entre elles, alors que, pour un quart, elle augmente de plus de 17 %.

Définitions

Les **services** englobent un ensemble d'activités dont le principal point commun est la fabrication de produits immatériels, même si, parfois, la frontière entre matériel et immatériel est ténue.

Les **services des secteurs principalement marchands** sont composés des **activités immobilières** (section L de la NAF rév. 2), des **services rendus aux entreprises** (sections M et N), du secteur de l'**information et la communication** (section J), de l'**hébergement et de la restauration** (section I) et des **services aux particuliers** (sections R et S), hors associations (voir *annexe Nomenclature d'activités française*).

Pour en savoir plus

- « Les services marchands en 2016 - Rapport sur les comptes », *Document de travail* n° E2017/02, juillet 2017.
- « Les services marchands en 2016 : la croissance gagne en vigueur », *Insee Première* n° 1653, juin 2017.
- « Pelleteuses, voitures, smartphones... louer plutôt qu'acheter », *Insee Première* n° 1645, mars 2017.

En 2016, la production de services croît sensiblement au même rythme qu'en 2015 (+ 1,9 % en volume après + 2,0 %). Cette croissance est supérieure à celle de l'ensemble des activités principalement marchandes non agricoles et non financières (+ 1,4 %). Les services les plus dynamiques sont l'information et la communication (+ 3,0 %) et l'hébergement-restauration, qui se redresse après une année 2015 difficile, en raison des attentats (+ 2,5 % après + 0,4 %). En revanche, le dynamisme des services aux entreprises ralentit (+ 1,7 % au lieu de + 2,4 %), du fait notamment des activités juridiques, comptables, de gestion. Cette décélération s'étend aux services aux particuliers, également (- 0,1 % en 2016 contre + 2,1 % en 2015).

Dans le même temps, l'emploi salarié est en nette augmentation (+ 3,1 % en 2016 au lieu de + 2,4 % en 2015), surtout dans l'information et la communication (+ 3,1 % contre + 0,7 %) et les services aux particuliers (+ 1,9 %, soit un point de mieux que l'année précédente).

Sur longue période (2000-2016), la vitalité des services est manifeste : la production s'accroît près de deux fois plus vite dans les services que dans l'ensemble du secteur marchand (+ 2 % en moyenne annuelle et en volume contre + 1,1 %). Ces performances sont liées à une forte et durable demande en télécommunications (+ 5,4 %) et en services informatiques (+ 3,9 %) et aux besoins croissants des entreprises en services intellectuels (activités juridiques, comptables, ingénierie, publicité, etc.) (+ 3,6 %).

Cette vitalité se répercute sur l'emploi salarié (+ 1,3 % en moyenne par an contre + 0,2 % dans l'ensemble du secteur marchand et - 1,5 % dans l'industrie). Les effectifs augmentent dans la plupart des activités, dont la programmation informatique (+ 3,0 %), les services intellectuels aux entreprises (+ 2,4 %) et la restauration (+ 2,0 %). Les télécommunications (- 2,6 %) dégagent de forts gains de productivité. ■

Chiffres clés des services marchands 10.1

1. Chiffres clés des services marchands en 2015

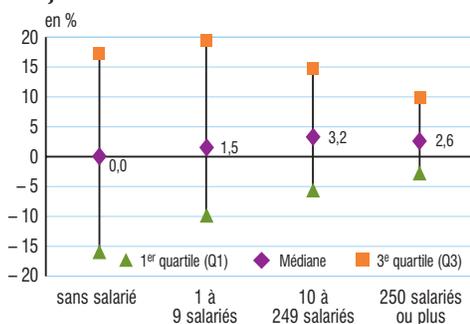
	Entreprises	Salariés ETP	Chiffre d'affaires hors taxes	Chiffre d'affaires export	Valeur ajoutée hors taxes	Investissements corporels bruts hors apports
	(en milliers)		(en milliards d'euros)			
Hébergement et restauration	264,8	791,6	93,0	1,3	39,5	7,3
Information et communication	129,0	692,0	180,2	27,0	83,9	9,3
Activités immobilières	244,4	196,5	79,4	0,7	45,2	38,4
Services aux entreprises	659,1	1 873,6	353,5	53,4	172,5	25,9
Services aux particuliers	428,2	306,9	56,3	1,4	21,1	2,8
Ensemble des services marchands	1 725,5	3 860,6	762,4	83,8	362,2	83,6
Ensemble des entreprises principalement marchandes non agricoles et non financières	3 297,9	11 866,5	3 674,1	630,3	1 009,0	183,5
Poids des entreprises des services marchands¹ (en %)	52,3	32,5	20,8	13,3	35,9	45,6

1. Poids des entreprises ayant une activité principale dans le secteur des services marchands par rapport à l'ensemble des entreprises des secteurs principalement marchands non agricoles et non financiers.

Champ : France, unités légales et entreprises profilées des services principalement marchands.

Source : Insee, É sane.

2. Dispersion de l'évolution de la valeur ajoutée entre 2014 et 2015

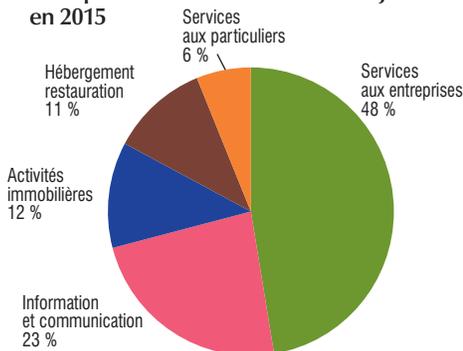


Champ : France, unités légales et entreprises profilées des services marchands, hors micro-entrepreneurs et micro-entreprises au sens fiscal. Lecture : 50 % des entreprises de 10 à 249 salariés ont une évolution de leur valeur ajoutée supérieure à 3,2 % entre 2014 et 2015.

Note : les entreprises retenues sont celles présentes sur les deux années, elles sont classées selon leur taille en 2015. Sont exclues les entreprises dont la valeur ajoutée est négative ou nulle (13,3 % en 2014 et 14,0 % en 2015).

Source : Insee, É sane (données individuelles).

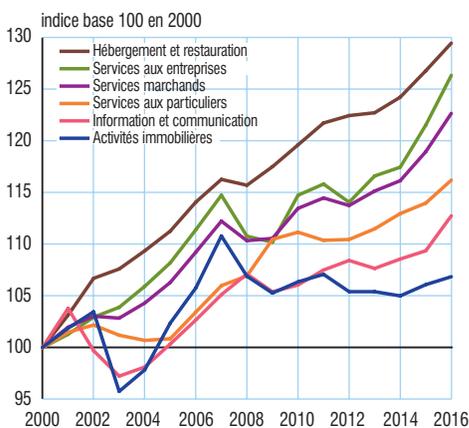
4. Principales activités selon la valeur ajoutée en 2015



Champ : France, unités légales et entreprises profilées des services marchands.

Source : Insee, É sane.

3. Évolution de l'emploi salarié, y compris intérim

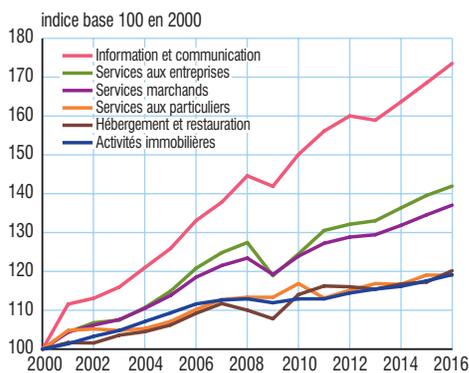


Champ : France métropolitaine, services marchands, en secteur d'établissements.

Note : les titulaires de contrats d'intérim sont classés systématiquement dans l'activité de travail temporaire.

Source : Insee, estimations d'emploi (CVS au 4^e trimestre).

5. Production par branche en volume



Champ : France, branches des services marchands.

Source : Insee, comptabilité nationale.

10.2 Ratios des services marchands

La production des services principalement marchands (hors services financiers) est plus intégrée que celle de l'ensemble des secteurs principalement marchands non agricoles et non financiers (taux de valeur ajoutée de 48 % contre 28 %) ; en effet, leurs besoins en consommations intermédiaires sont réduits, comparés à ceux du commerce ou de l'industrie. L'activité de l'entreprise influe davantage sur le taux de valeur ajoutée que sa taille : ainsi, ce **ratio** s'élève à 52 % dans les services administratifs et de soutien, du fait du poids important du coût de la main-d'œuvre dans la production, mais il n'est que de 14 % dans les activités liées aux voyages, en raison de l'achat massif de séjours ou circuits clé en main par les agences de voyages. L'écart est nettement plus faible par taille : 46 % en moyenne pour les unités de moins de 10 salariés, 50 % pour les firmes de 250 salariés ou plus.

Les exportations se concentrent dans les services aux entreprises (64 % du total) et l'information-communication (32 %). En moyenne, les entreprises de services exportent peu, contrairement à leurs homologues de l'industrie (11 % du chiffre d'affaires en 2015 contre 34 %), la pénétration des marchés étrangers se faisant plutôt, dans les services, par l'implantation de filiales. Cependant, quelques activités sont nettement exportatrices : la recherche-développement en sciences physiques et naturelles (taux d'exportation de 44 %), les agences de voyages et voyagistes (28 %), l'ingénierie et le contrôle technique (25 %).

En 2015, le taux de marge des entreprises de services est légèrement supérieur à celui de l'ensemble du secteur marchand, hors sièges sociaux (30 % contre 27 %). Il est quasiment stable (+ 0,6 point par rapport à 2014), y compris par grand secteur et par taille d'entreprise. Ce ratio est fortement lié à la nature capitalistique ou non de l'activité. Ainsi, il dépasse les 50 % dans les secteurs nécessitant des investissements lourds : location et location-bail (73 %), immobilier (71 %), télécommunications (56 %). *A contrario*, il est inférieur à 15 % dans les activités de main-d'œuvre : nettoyage (12 %), agences de voyages (8 %), enquêtes et sécurité (8 %), intérim (moins de

2 %). Il est également tributaire de la taille des entreprises : les très petites unités (0 à 9 salariés) ont un taux de marge moyen supérieur de 10 points à celui des grandes de 250 salariés ou plus (38 % contre 28 %), en raison du poids des non-salariés. Leur taux de marge est également plus dispersé : l'écart interquartile est de 36 points contre 17 pour les plus grandes.

Comme en 2014, les services ont une rentabilité économique très proche de la moyenne de l'économie marchande (respectivement 8,1 % et 8,0 %). Cette dernière augmente très légèrement par rapport à l'année précédente (+ 0,1 point). Cette hausse globale provient des unités de 250 salariés ou plus, pour lesquelles le 3^e **quartile** passe de 24,5 % à 25,0 %, alors que la rentabilité baisse pour les plus petites unités. Les secteurs les plus performants sont les services aux particuliers (18 %), tirés par les jeux de hasard et d'argent (45 %) et les activités artistiques (38 %), et les services aux entreprises (13 %), par suite des performances des activités juridiques et comptables (121 %), vétérinaires (112 %), de la sécurité et du nettoyage (20 % et 22 %).

L'intensité capitalistique dans les services est supérieure à la moyenne (237 000 euros au lieu de 196 000 euros), de même que le taux d'investissement (23 % contre 18 %). En 2015, ce dernier augmente d'un point par rapport à l'année précédente. L'effort d'investissement se concentre dans trois activités très capitalistiques : l'immobilier (49 % du total), où le taux d'investissement atteint 85 %, la location et location-bail (19 % du total et un taux d'investissement de 96 %) et les télécommunications (respectivement 8 % et 24 %). Les petites entreprises de moins de 10 salariés investissent davantage que les grandes de 250 salariés ou plus (32 % au lieu de 19 %) et leur endettement financier (emprunts et dettes assimilées/capitaux propres) est moindre (64 % contre 71 %).

Les services sont plus féminisés que l'ensemble de l'économie marchande (47 % contre 37 %). L'emploi féminin est très développé dans les services aux particuliers (60 %), notamment la coiffure et soins corporels, et dans l'immobilier (55 %), nettement moins dans l'information et la communication (29 %). ■

Définitions

Ratios, médiane, quartile : voir *annexe Glossaire*.

Ratios des services marchands 10.2

1. Ratios des services marchands selon les secteurs en 2015

	Organisation et débouchés de la production				Ratios de rentabilité	
	Taux d'exportation	Taux de valeur ajoutée	Intensité capitalistique	Taux d'investissement	Taux de marge ²	Taux de rentabilité économique
	en %	en %	en milliers d'euros par ETP	en %	en %	en %
Hébergement et restauration	1,4	42,5	85,0	18,4	20,5	9,8
Information et communication	15,0	46,6	180,7	11,0	31,9	9,5
Activités immobilières	0,8	57,0	2 817,0	84,9	70,8	4,7
Services aux entreprises	15,1	48,8	76,3	15,0	22,0	12,6
Services aux particuliers	2,5	37,5	87,4	13,3	27,0	18,0
Ensemble des services marchands	11,0	47,5	237,2	23,1	30,2	8,1
Ensemble des secteurs principalement marchands¹	17,2	27,5	196,4	18,2	27,0	8,0

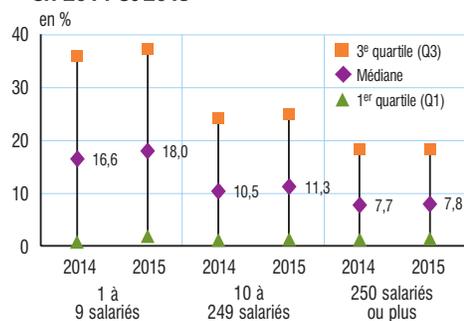
1. Entreprises des secteurs principalement marchands non agricoles et non financiers.

2. Hors sièges sociaux.

Champ : France, unités légales et entreprises profilées du secteur des services principalement marchands.

Source : Insee, Esane.

2. Dispersion des taux de marge en 2014 et 2015

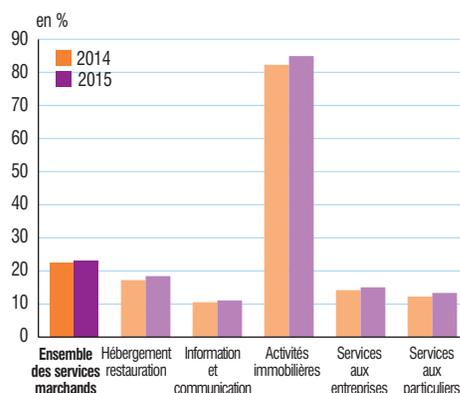


Champ : France, unités légales et entreprises profilées des services marchands, hors micro-entrepreneurs et micro-entreprises au sens fiscal, hors sièges sociaux.

Lecture : 50 % des entreprises de 10 à 249 salariés ont un taux de marge supérieur à 11,3 % en 2015.

Source : Insee, Esane (données individuelles).

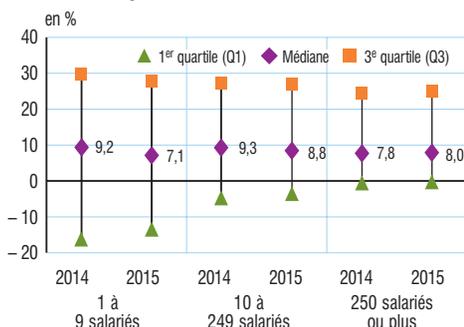
3. Taux d'investissement en 2014 et 2015



Champ : France, unités légales et entreprises profilées des services marchands.

Source : Insee, Esane.

4. Dispersion des taux de rentabilité économique en 2014 et 2015



Champ : France, unités légales et entreprises profilées des services marchands, hors micro-entrepreneurs et micro-entreprises au sens fiscal, hors sièges sociaux.

Lecture : 50 % des entreprises de 10 à 249 salariés ont un taux de rentabilité économique supérieur à 8,8 % en 2015.

Source : Insee, Esane (données individuelles).

5. Personnes en emploi dans les services marchands en 2016

	en %			
	Part de femmes	Part d'actifs de 15 à 29 ans	Part d'actifs de 50 ans ou plus	Part de non-salariés
Hébergement et restauration	49,4	32,0	23,1	17,7
Information et communication	28,9	19,8	23,6	11,0
Activités immobilières	55,3	12,2	36,0	16,9
Services aux entreprises	46,4	19,5	25,9	16,9
Services aux particuliers	59,5	22,3	28,0	32,3
Ensemble des services marchands	47,1	21,8	26,0	18,5
Ensemble des secteurs principalement marchands¹	36,7	20,6	26,9	13,5

1. Entreprises des secteurs principalement marchands non agricoles et non financiers.

Champ : France métropolitaine, population des ménages, personnes de 15 ans ou plus exerçant dans les services marchands.

Source : Insee, enquête Emploi.